

**POLA SPASIAL LOKASI BELANJA SEMBAKO PENDUDUK
KAWASAN PERKOTAAN
(Studi Kasus di Kelurahan Pandean Kecamatan Taman Kota
Madiun)**



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi
Strata I pada Jurusan Geografi Fakultas Geografi

Oleh:

SAFIRA RIANA HAPSARI
E100160296

**PROGRAM STUDI ILMU GEOGRAFI
FAKULTAS GEOGRAFI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

POLA SPASIAL LOKASI BELANJA SEMBAKO PENDUDUK KAWASAN PERKOTAAN

(Studi Kasus di Kelurahan Pandean Kecamatan Taman Kota Madiun)

PUBLIKASI ILMIAH

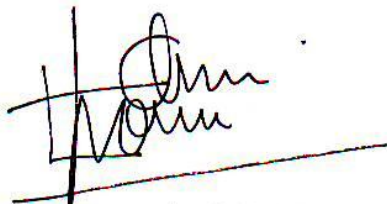
Oleh :

SAFIRA RIANA HAPSARI

E10010296

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh :

Dosen Pembimbing



Dr. Cholrul Amin, S.Si, MM

NIDN : 0617107602

HALAMAN PENGESAHAN

**POLA SPASIAL LOKASI BELANJA SEMBAKO PENDUDUK
KAWASAN PERKOTAAN
(Studi Kasus di Kelurahan Pandean Kecamatan Taman Kota Madiun)**

Diajukan Oleh:

SAFIRA RIANA HAPSARI
E100160296

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Fakultas Geografi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada hari Selasa, 06 Oktober 2020

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Dr. Choirul Amin, S.Si, M.M
(Ketua Dewan Penguji)
2. Dr. M. Musiyam, M.TP
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Dra. Umrotun
(Anggota II Dewan Penguji)

()
()
()

Mengetahui

Dekan Fakultas Geografi

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Drs. Yuli Priyana, M.Si)

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 06 Oktober 2020



SAFIRA RIANA-HAPSARI
E100160296

**POLA SPASIAL LOKASI BELANJA SEMBAKO PENDUDUK
KAWASAN PERKOTAAN
(Studi Kasus di Kelurahan Pandean Kecamatan Taman Kota Madiun)**

Abstrak

Sembako merupakan kebutuhan dasar dalam kehidupan manusia. Karena sifatnya yang primer membuat keberadaannya sangat mudah ditemui mulai dari pasar tradisional sampai pusat perbelanjaan pasar modern. Dengan melihat banyaknya jumlah pusat perbelanjaan, kita mengetahui bahwa konsumen menjadi teliti untuk memilih dimana mereka akan berbelanja. Perhatian konsumen tertuju kepada keputusan untuk memilih pusat perbelanjaan yang lebih menarik dan memiliki banyak jenis barang yang sesuai dengan pilihan dan selera mereka. Penelitian ini bertujuan untuk : (1) Untuk mengetahui perbedaan karakteristik penduduk yang berbelanja di Pasar Modern dan Pasar Tradisional ; (2) Untuk mengetahui pola spasial pemilihan lokasi belanja sembako penduduk di Kelurahan Pandean ; (3) Untuk mengetahui faktor yang paling mempengaruhi keputusan penduduk di Kelurahan Pandean dalam memilih tempat belanja. Metode penelitian adalah dengan survey lapangan dengan menggunakan kuesioner. Untuk mengetahui pola persebaran dengan menggunakan *Nearest Neighbour Analysis*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan (1) perbedaan karakteristik penduduk yang dilihat dari karakteristik pribadi seperti umur, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, pendapatan dan jumlah tanggungan keluarga. Diketahui penduduk yang berumur 40 tahun keatas lebih cenderung untuk berbelanja kebutuhan sembako pada pasar tradisional. Penduduk yang memiliki tingkat pendidikan tinggi (D3, S1) lebih cenderung memilih tempat belanja pada pasar modern. Penduduk wanita bekerja sebagian besar memilih lokasi belanja kebutuhan bahan pokok pada pasar modern yang keberadaannya menyatu dengan mall. Penduduk dengan pendapatan tinggi >Rp. 5 Juta cenderung lebih memilih belanja bahan pokok yakni belanja kebutuhan bulanan dibanding belanja kebutuhan harian. Penduduk yang memiliki banyak jumlah tanggungan keluarga dan yang memiliki pendapatan yang rendah lebih cenderung membeli kebutuhan sembako nya di pasar tradisional. (2) pola spasial dijelaskan menggunakan *Nearest Neighbour Analysis*, menunjukkan bahwa persebaran tempat belanja penduduk yang berbelanja pada pasar modern memiliki pola *Random* dan penduduk yang berbelanja pada pasar tradisional memiliki Pola *Clustered* (3) faktor dominan yang mempengaruhi keputusan penduduk dalam memilih tempat belanja yakni cenderung untuk memilih berbelanja pada pasar tradisional dengan beralasan karena produk lengkap, harga terjangkau, dan lokasi tempat belanja yang jaraknya mudah dijangkau yaitu dengan jarak <1,5 Km.

Kata Kunci: Pola Spasial, Tempat Belanja Sembako

Abstract

Groceries are the basic supplies in humans' life. Because they are primary in nature, they can be found in a traditional or modern market easily. Without groceries, the life of Indonesians is disturbed. Therefore, groceries are the main

needs which must be sold in the market every single day. Spatial pattern of the people in choosing the groceries store is influenced by some factors, such as age, educational background, occupation, income, and number of dependants. Due to the high number of shopping centre, it can be found that consumers nowadays are selective to choose the place for shopping. The consumers' concern sets the decision to choose shopping centre that is more interesting and has many types of goods. Besides, the shopping centre is selected based on their personal choice and taste. This research is aimed to (1) Find out the characteristic differences between people who are shopping in the modern market and the ones in the traditional market, (2) determine the spatial pattern in selecting location of grocery stores in the urban village of Pandean, (3) discover the factors which influence the people's decision of the urban village of Pandean in choosing the stores to shop. The method of research is by conducting survey which uses questioners. Further, *Nearest Neighbour Analysis* is applied to determine the dispersal pattern. The result of this research indicates that (1) the people's characteristic differences are in terms of age, educational background, income, occupation, and number of dependants. People who are above 40 years old tend to go shopping in a traditional market. Meanwhile, people who has higher educational background tend to choose a modern market. Besides, most female workers choose to purchase groceries in a modern market which is connected to the shopping malls. People who earns more than IDR 5.000.000 tend to purchase groceries monthly rather than daily. Moreover, those who have more dependants and earn low income purchase groceries in a traditional market. (2) The spatial pattern which is explained by applying *Nearest Neighbour Analysis* shows that the dispersal pattern of people who go shopping in a traditional market has *Random* pattern and the ones who go shopping in a modern market has *Clustered* pattern. (3) The most dominant factor which influences people to choose the store to shop is their tendency to go shopping in a traditional market. It is because there are many variety of goods, the price is affordable, and the place is reachable (less than 1,5 km).

Keywords: Spatial Pattern, Groceries Store

1. PENDAHULUAN

Bahan pangan atau yang biasa disebut sebagai sembako atau Sembilan bahan pokok merupakan kebutuhan utama yang selalu dibutuhkan ibu rumah tangga dalam kesehariannya. Karena sifatnya yang primer membuat keberadaannya sangat mudah ditemui mulai dari pasar tradisional sampai pusat perbelanjaan pasar modern. Pengambilan keputusan tempat belanja yang dipilih oleh penduduk dipengaruhi oleh faktor pribadi dan pertimbangan khususnya dalam hal jarak. Adanya berbagai pilihan tempat belanja untuk memenuhi kebutuhan bahan pokok tersebut dapat terlihat dalam pola belanja penduduk.

Kota Madiun ini banyak masyarakat yang melakukan perdagangan, oleh karena itu kota Madiun ini sebagai pusat pertumbuhan perdagangan yang cukup pesat khususnya dalam hal perkembangan pasar modern dan pasar tradisional. Dengan banyaknya pusat perbelanjaan yang ada di Kota Madiun, hal tersebut dapat menjadikan pilihan tersendiri dalam benak masyarakat yang tinggal di Kecamatan Taman dalam menentukan tempat berbelanja kebutuhan bahan pokok.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan kajian pola spasial dengan judul “Pola Spasial Lokasi Belanja Sembako Penduduk Kawasan Perkotaan Studi Kasus di Kelurahan Pandean Kecamatan Taman Kota Madiun”.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode survey dan kuesioner. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *random sampling*. Dalam menentukan responden menggunakan *propositional area random sampling*. Jumlah responden diambil dari per RW yang ada di Kelurahan Pandean. Peneliti membuat kriteria tertentu siapa yang dijadikan sebagai responden. Kriteria sampel tersebut adalah wanita yang telah berumah tangga. Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara survey lapangan untuk mendapatkan titik koordinat dan dengan kuesioner untuk mendapatkan informasi mengenai karakteristik demografi penduduk. Pengolahan data hasil survey lapangan diolah dengan menggunakan *Nearest Neighbour Analysis* untuk menandakan Pola persebaran tempat belanja penduduk.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perbedaan karakteristik responden yang berbelanja pada pasar modern dan pasar tradisional dilihat dari umur, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, pendapatan, dan jumlah tanggungan keluarga. Perbedaan usia juga mempengaruhi responden dalam pemilihan tempat belanja sembako. Hal ini dipengaruhi oleh kecenderungan dalam berbelanja yang mana semakin berumur seseorang maka lebih menyukai tempat berbelanja yang menyediakan sembako dalam bentuk segar yaitu di pasar tradisional. Seperti responden yang berumur 41 tahun keatas

lebih cenderung memilih untuk berbelanja kebutuhan sembako pada pasar tradisional. Responden yang memiliki tingkat pendidikan tinggi (D3, S1, dst) sebagian besar memilih lokasi belanja baik di pasar tradisional maupun pasar modern, tetapi memiliki kecenderungan lebih banyak yang memilih pasar modern. Responden yang memiliki tingkat pendidikan terakhir rendah (SD, SMP), sedang (SMA) maupun tinggi (D3, S1 dst) tetap memilih lokasi belanja kebutuhan sembako yang menekankan kepada jarak <1,5 Km dan waktu tempuh yang rendah yakni <20 Menit dari tempat tinggal ke lokasi belanja yang akan dituju. Seperti halnya responden yang memiliki lokasi tempat tinggal yang berdekatan dengan dengan pasar tradisional maupun pasar modern, maka lokasi terdekatlah yang akan menjadi tujuannya. Wanita tidak bekerja memiliki tanggung jawab untuk mengatur keuangan perekonomiannya khususnya dalam melakukan transaksi belanjanya, dimana hal tersebut dipengaruhi oleh pendapatan dari suaminya. Sedangkan wanita bekerja umumnya memiliki pendapatan sendiri atas hasil kerja kerasnya. Responden yang memiliki status pekerjaan sebagai wanita bekerja ataupun wanita tidak bekerja memiliki persepsi tersendiri dalam memilih lokasi belanja tujuannya, yakni dengan mengatur keuangannya sendiri. Responden dalam memilih lokasi belanja berdasarkan pendapatan dan jenis kebutuhannya yang memiliki pendapatan rendah, sedang maupun tinggi tetap memilih lokasi belanja kebutuhan bahan pokok dengan menekankan kepada jarak terdekat <1,5 Km dan waktu tempuh yang rendah yakni <15 Menit dari tempat tinggal ke lokasi belanja yang akan dituju. Responden yang memiliki banyak jumlah tanggungan keluarga dan yang memiliki pendapatan yang rendah lebih cenderung membeli kebutuhan sembako nya di pasar tradisional karena harga di pasar tradisional tentunya jauh lebih murah dibanding harga yang ditawarkan di pasar modern.

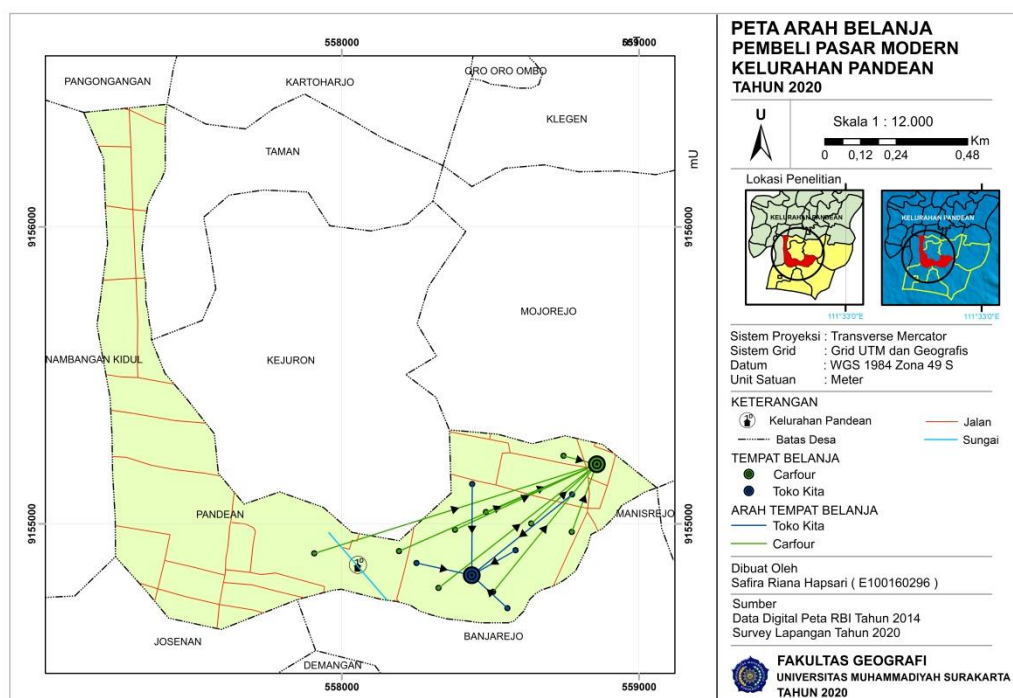
Hasil spasial ini dijelaskan menggunakan pola persebaran atau *Nearest Neighbour Analysis*. Berdasarkan data, bahwa pemilihan tempat belanja sembako penduduk dibedakan menjadi 2 yakni pasar modern dan pasar tradisional. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel. 1 Jumlah Responden Berdasarkan Tempat Belanja Modern

No.	Tempat Belanja Modern	Jumlah Responden
1.	Carrefour	5
2.	Toko Kita	9
Jumlah		14

Sumber : Penulis, 2020

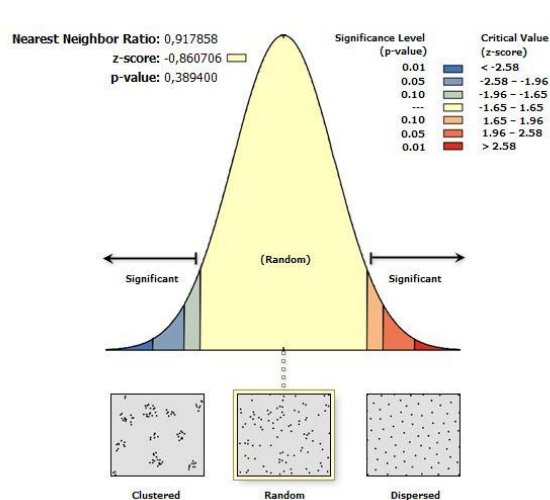
Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah responden yang memilih untuk berbelanja pada pasar modern sebanyak 14 orang. Tempat belanja modern dibagi menjadi 2 yaitu Carrefour dan Toko Kita. Sebanyak 5 orang memilih Carrefour. Sedangkan sisanya atau 9 orang memilih Toko Kita untuk memenuhi kebutuhan sembako mereka. Peta arah belanja responden ke tempat belanja modern dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 2 Peta Arah Belanja Responden ke Tempat Belanja Modern

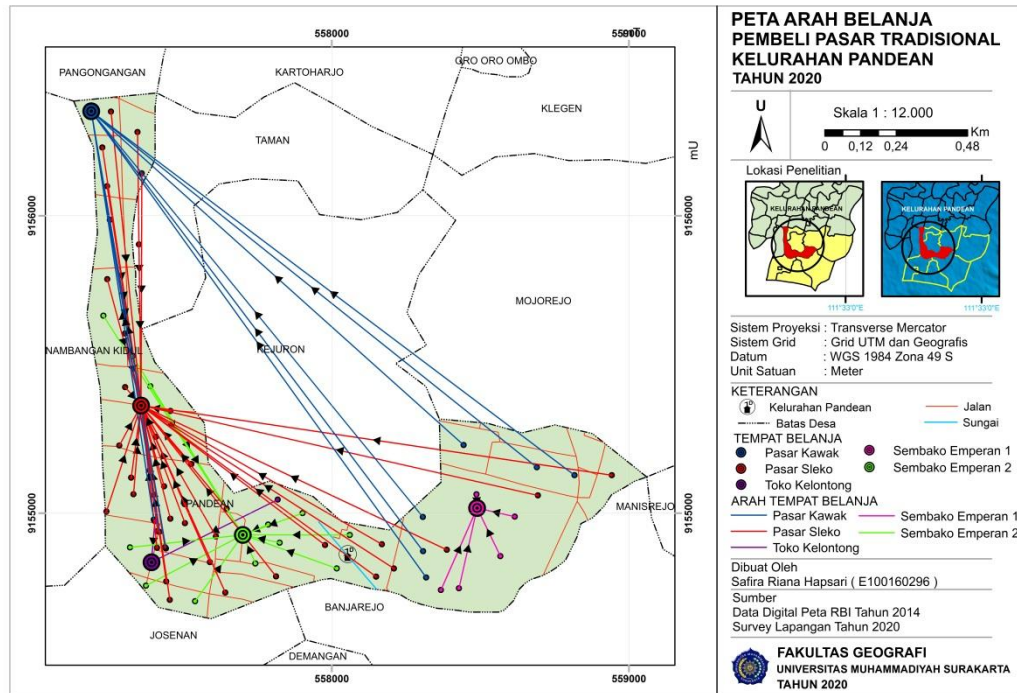
Sumber : Penulis, 2020

Adapun gambaran pola persebaran tempat belanja modern. Berikut adalah Gambar 2 Pola Persebaran Tempat Belanja Modern :



Gambar 3 Pola Persebaran Tempat Belanja Modern

Pada gambar 3 digambarkan bahwa pola spasial tempat belanja modern yang didapatkan dari hasil pada pengolahan *Nearest Neighbour* yaitu Pola *Random*. Bahwa pola persebaran pemilihan tempat belanja modern ini, mereka cenderung tidak memilih untuk berbelanja dengan jarak dekat. Mereka biasanya memilih tempat berbelanja yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan responden. Sebagian besar memilih lokasi belanja kebutuhannya pada pasar modern, dimana tempat yang dipilih tersebut diantaranya Carefour dan Toko Kita yang menekankan kepada jarak terdekat >1,5 Km dengan waktu tempuh >15 Menit dari tempat tinggal ke lokasi belanja yang akan dituju. Adapun gambaran pola persebaran tempat belanja tradisional. Peta arah belanja responden ke tempat belanja tradisional dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Gambar 4 Peta Arah Belanja Responden ke Tempat Belanja Tradisional

Sumber : Penulis, 2020

Mengenai jumlah responden yang berbelanja pada pasar tradisional dijelaskan pada tabel berikut ini:

Tabel 2 Jumlah Responden Berdasarkan Tempat Belanja Tradisional

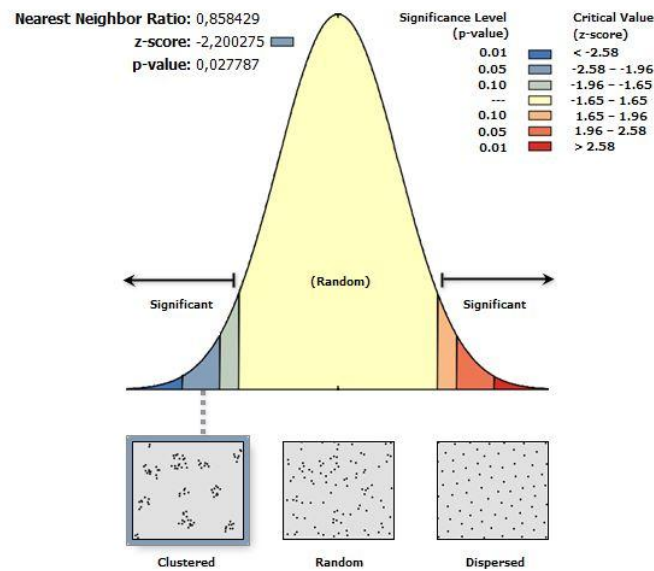
No.	Tempat Belanja Tradisional	Jumlah Responden
1.	Toko Kelontong	16
2.	Sembako Emperan 1	8
3.	Sembako Emperan 2	9
4.	Pasar Sleko	27
5.	Pasar Kawak	16
Jumlah		76

Sumber : Penulis, 2020

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa jumlah responden yang memilih untuk berbelanja pada pasar tradisional sebanyak 76 orang. Responden yang memilih berbelanja kebutuhan sembako pada toko kelontong sebanyak 9 orang, pada sembako emperan 1 sebanyak 8 orang, pada sembako emperan 2 sebanyak 9

orang, pada pasar sleko sebanyak 27 orang, dan pada pasar kawak sebanyak 16 orang Adapun gambaran pola persebaran tempat belanja tradisional.

Adapun gambaran pola persebaran tempat belanja tradisional. Berikut adalah Gambar 4 Pola Persebaran Tempat Belanja Tradisional :



Gambar 5 Pola Persebaran Tempat Belanja Tradisional

Pada gambar 5 digambarkan bahwa pola spasial tempat belanja tradisional yang didapatkan dari hasil pada pengolahan *Nearest Neighbour* yaitu Pola *Clustered*. Bahwa pola persebaran pemilihan tempat belanja tradisional ini berbentuk mengelompok, Dimana mereka cenderung memilih jarak dekat antara tempat tinggal dengan lokasi belanja. Menekankan kepada jarak terdekat <1,5 Km dan waktu tempuh yang rendah yakni <15 Menit dari tempat tinggal ke lokasi belanja yang akan dituju. Hal tersebut dilakukan agar lebih efektif dan juga efisien.

Karakteristik pribadi merupakan faktor yang didalamnya memiliki keterkaitan dengan umur, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan, dan jumlah tanggungan keluarga. Selain karakteristik pribadi, adapun alasan responden berkaitan dengan atribut pasar yang menjadi suatu penguat, mengapa mereka tempat belanja tersebut. Dikarenakan, responden juga memiliki alasan tertentu

mengapa mereka memilih tempat belanja tersebut untuk memenuhi kebutuhan sembakonya.

Tabel 3 Faktor yang Memutuskan Responden Dalam Memilih Tempat Belanja

No .	Alasan terhadap atribut pasar	Tempat Belanja Modern	Persentase (%)	Tempat Belanja Tradisional	Persentase (%)
1	Produknya Lengkap	14	15,5	76	84,4
2	Harganya Terjangkau	-	-	76	84,4
3	Jarak mudah dijangkau	-	-	76	84,4
4	Desain Pasar Nyaman	14	15,5	-	-
5	Pelayanan Memuaskan	-	-	-	-
6	Fasilitas Memadai	-	-	-	-

Sumber : Penulis, 2020

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa responden yang memilih pada tempat belanja modern memiliki alasan karena pada pasar modern memiliki produk yang lengkap dan desain pasar yang nyaman. Responden yang memilih untuk membeli kebutuhan sembako nya pada pasar modern sebanyak 14 orang dengan persentase 15,5%. Tempat belanja modern yang dikunjungi yaitu Carrefour dan Toko Kita. Sedangkan responden yang memilih untuk berbelanja pada pasar tradisional memiliki alasan tersendiri yakni dikarenakan produknya lengkap, harga yang terjangkau, dan mudah dijangkau. Responden yang memilih untuk membeli kebutuhan sembako nya pada pasar tradisional sebanyak 76 orang dengan persentase 84,4%. Tempat belanja tradisional yang dikunjungi yaitu Toko Kelontong, Sembako Emperan 1, Sembako Emperan 2, Pasar Sleko, dan Pasar Kawak.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian, maka penulis dalam penelitian ini dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian, perbedaan karakteristik penduduk yang berbelanja yakni berdasarkan karakteristik pribadi yang meliputi umur, tingkat pendidikan, pendapatan, jenis pekerjaan, dan jumlah tanggungan keluarga. Penduduk yang berumur 40 tahun keatas lebih cenderung memilih berbelanja pada pasar tradisional, penduduk yang tingkat pendidikan D3,S1 lebih memilih untuk berbelanja pada pasar modern, penduduk yang bekerja cenderung membeli kebutuhan bahan pokok pada pasar modern sedangkan penduduk yang tidak bekerja membeli kebutuhan pokoknya pada pasar tradisional, penduduk yang memiliki pendapatan <5 Juta memilih untuk berbelanja pada pasar tradisional sedangkan yang memiliki pendapatan >5 Juta berbelanja pada pasar modern, dan penduduk yang memiliki tanggungan keluarga yang banyak lebih berkeinginan untuk berbelanja pada pasar tradisional
2. Didapat dari hasil *Nearest Neighbour* bahwa pola penyebaran penduduk yang berbelanja pada pasar modern memiliki pola *Random* dan penduduk yang berbelanja pada pasar tradisional memiliki pola *Clustered*
3. Faktor dominan yang paling mempengaruhi penduduk dalam memilih tempat belanja yakni mencari kelengkapan suatu produk dalam pasar tersebut, harga nya yang terjangkau serta jarak mudah dijangkau yakni jarak <1,5 Km dengan waktu tempuh <15 menit.

4.2 Saran

Mampu menganalisis kelebihan serta kekurangan di setiap masing-masing pusat perbelanjaan yang menjual kebutuhan bahan pokok sehingga informasi yang didapatkan lebih terinci dari penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Ace, Partadiredja. 1990. *Pengantar Ekonomika*. Yogyakarta: BPFE.
- Badan Pusat Statistik Propinsi Jatim. *Statistik Sosial dan Kependudukan*. Badan Pusat Statistik Propinsi Jatim
- Daldjoeni. 1992. *Geografi Baru Organisasi Keruangan dalam Teori dan Praktek*. Penerbit Alumni. Bandung

Fitriana, Benita, 2015. *Pengaruh Usia, Pendidikan, Pendapatan, Faktor Sosial, Budaya, Pribadi, dan Motivasi Terhadap Persepsi Konsumsi Pangan Pokok Non Beras di Wilayah Jakarta Barat*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.

Handayani, N., Kuswanto N., dan Erma F. R. *Pengaruh Preferensi Belanja Konsumen Terhadap Perkembangan Pasar Ciputat di Kota Tangerang Selatan*. Jurnal Arsitektura, Vol. 15 (1)